

## Economie | E-tourisme : Internet fait éclater le cadre



**On dénombre 3,6 milliards d'internautes dans le monde. « C'est du jamais vu et cela continue à augmenter » constate Guy Raffour, le fondateur d'un cabinet de conseil spécialisé dans le tourisme. La France ne fait pas exception à la règle. Pas moins de 85% de ses habitants de plus de 15 ans utilisent le web, quasiment à égalité toutes générations confondues. Ces chiffres ont été soulignés mercredi à Pau en ouverture des Rencontres nationales du e-tourisme institutionnel. Une grand'messe de la toile où les professionnels sont invités à réaliser que la curiosité est tout sauf un défaut.**

Les habitudes des vacanciers changent, parfois à vitesse grand V. « Contrairement à ce que l'on pense, les gens qui choisissent un séjour marchand sont plus nombreux que ceux qui se rendent dans leur famille ou dans une résidence secondaire » indique Guy Raffour. Avant de rappeler que les séjours deviennent « plus courts mais plus intenses. Car les touristes veulent revenir avec des souvenirs, quelque chose de différent, des valises chargées d'émotions, de rencontres et d'authenticité ».

Quant aux Français qui passent leurs vacances en métropole, ils sont 25,3 millions. Loin devant les 11,3 millions de leurs compatriotes décidant de partir à l'étranger. Une dernière destination qui, elle-même, évolue. « Pour des raisons que l'on connaît, on assiste à un déport du bassin méditerranéen vers l'ouest et des pays comme l'Italie, la Grèce, l'Espagne, le Portugal. Ce basculement est en train de se pérenniser ».

### Des internautes connectés 24 heures sur 24

Voilà pour les chiffres. Restent les tendances de fond. « Le touriste est complexe ». En France, il choisit ses destinations de vacances en fonction d'une bonne douzaine de critères. Si le climat, le budget et la qualité de l'hébergement jouent ici un rôle essentiel, d'autres éléments ont aussi leur importance. Telle la beauté des paysages, ou l'envie de faire des découvertes. Sans oublier la diversité des distractions offertes sur place ainsi que la capacité d'un hébergeur à proposer wifi et Internet. Le Français, qui aime passer d'un lieu de vacances à l'autre, veut être surpris et apprendre.



Autant d'éléments que les offices de tourisme et autres organismes doivent avoir à l'esprit en tenant compte d'un phénomène incontestable : les vacances se préparent de plus en plus sur Internet.

« L'année dernière, plus de 24 millions de Français ont procédé de cette manière, contre 12,4 millions en 2006 . Que ce soit sur PC mais aussi sur smartphones et tablettes. Des appareils que l'on utilise désormais dans la moitié des cas pour réserver un séjour ou consulter des offres.

Bref, chez les professionnels, il importe d'être réactif et à l'affût. C'est-à-dire « faire vivre des prestations en temps réel » face à des gens qui se connectent « 24 heures sur 24 et 7 jours sur 7 jusqu'à la dernière seconde ». Des internautes qui, en prime, ne cessent de comparer et éprouvent même souvent un réel plaisir à préparer leur séjour sur la toile.

« Vous devez créer de la proximité, présenter des photos, des vidéos, montrer que vous êtes vivants derrière l'écran » insiste Guy Raffour. Avant de mettre l'accent sur l'indispensable qualité de l'accueil que les offices de tourisme doivent développer, l'originalité des offres qu'ils peuvent proposer, la parfaite connaissance du territoire qu'ils sont en mesure d'afficher, mais aussi la diversité des liens et des expériences que recherche un touriste. « Car on est ici devant un marketing de niches ».

## Des offres différentes

De jeunes entreprises innovantes présentes à Pau l'ont bien compris. Tels les Toulousains de [www.mounpass.com](http://www.mounpass.com)

Leur site présente des cartes numériques consacrées aussi bien aux parcours qu'à de multiples services : l'endroit où l'on peut prendre son petit déjeuner à 6 heures du matin, le local où l'on peut ranger son vélo à 6 000 euros, le lieu où remplir sa gourde d'eau etc. Autant d'informations gratuites pour les particuliers, tandis que des services de structuration d'offres touristiques cyclos sont proposés aux collectivités. Actuellement, Mounpass recouvre toute la France. Il commence aussi à s'intéresser aux pays voisins.

Les Niortais de [www.souse.fr](http://www.souse.fr) (lisez SoUse) vous branchent pour leur part sur le réseau des plateformes éco-collaboratives. Imaginez par exemple que vous souhaitez vous rendre à Arcachon avec votre chat. Grâce à un dialogue engagé sur la toile, on vous fournit tous les liens nécessaires pour trouver un hébergement sympa, se déplacer à un prix intéressant (co-voiturage y compris) et faire garder l'animal. Une manière différente de bouger.

D'autres services peuvent également être dénichés par des gens qui ne voyagent pas forcément, mais qui ont besoin d'un coup de main au quotidien : prêt d'appareil de bricolage, baby-sitter et l'on en passe.

« Jusqu'à présent, la majeure partie des demandes qui arrivaient dans les offices de tourisme étaient classiques » explique Elodie Poudevigne, une chargée de communication qui a opté pour le titre plus détendu de « Blabla manager ». « De nouvelles offres émergent cependant. Par exemple chez des jeunes d'une vingtaine d'années, plus intéressés par la tente que l'on plante dans le jardin d'un particulier que par une chambre d'hôtel. Nous sommes là pour montrer que des réponses alternatives existent ».

Le slogan de SoUse est « Tout, sauf la lune... ». Cela viendra peut-être un jour.



Jean-Jacques Nicomette

*Crédit Photo : Aqui*

*Publié sur [aqui.fr](http://aqui.fr) le 19/10/2016*

*[Url de cet article](#)*